

Publizitatea eta kontsumoa

Irratia entzuten dugunean, telebista ikusten dugunean eta, besterik gabe, kaletik paseoan goazela, publizitatearekin egiten dugu topo. Leku guztietan ageri da, eta nabarmena da gure gizarte eta kultur unibertsoaren parte dela. Betidanik egon izan da, baina publizitatea**k** egun duen esanahi modernoa**k** iragan berri den XX. mendeko erdialdetik aurrera hartu zuen, kontsumo merkatu handi**a**k garatzen hasi zirenenean, eta beraien artean, markagatik beste ezergatik desberdintzen diren milaka produktu azaldu zirenenean. Fabrikatzaile**e**k ezinbestekoa dute milioika kontsumitzailerengana zuzentzea beren produktuak eskaintzeko.

Publizitatea**k** gure arreta eskuratzea du xede, eta horretarako beti bere alderik onenak aurkezten ditu, aukeratua izateko posibilitateak segurtatzeagatik. Publizitate mezua~~k~~ gainontzekoetatik nabarmentzeko ahalegintzen da, eta jendearengan eragina izateko aurrez oso ondo ikertuak dauden baliabide**a**k erabiltzen dira. Informazioa eskaintzeaz gain, kontsumitzaileari bere aukeraketan laguntzea du helburu nagusia publizitatea**k**. Baina, ez da ahaztu behar publizitate agentzi**e**k egiten dutela eta iragarritako produktuen enpres**e**k ordaintzen dutela.

Horrek ez du esan nahi publizitatea berez txarra denik. Aukera ezberdinak errespetatzeko erabat arautua dago. Kontsumitzaileak garen aldetik hauxe jakin behar dugu:

- Legea**k** gure interes ekonomikoak babesteko eskubidea aitortzen digu.
- Informazio zuzena jasotzeko eskubidea ere badugu.
- Iragarlea**k** mezuak daraman informazioa frogatzeko beharra du.

Berstalde, publizitateak urrezko arau batzu**k** bete behar ditu:

- Publizitatea**k** erakutsi nahi duena egiaztaturik egon behar da. Kontsumitzaileari fidagarritasuna eskaini behar dio, alegia.
- Publizitateak Informazio erabilgarriak eskaini behar ditu: errendimendua, osaera, salneurria...
- Publizitateak ez du azaldu behar jarrera kaltegarririk: osasuna, ingurumenaren narriadura...
- Publizitatea modu argian azaldu behar da eta argi identifikatu behar da.

Baina babes eremua ezartzen duen arautegiaz gain, kontsumitzaile**o**k gure beharrak ikertu behar ditugu, eta hausnartu gabeko erabaki arinak saihestu behar ditugu. Produktu edo zerbitzu baten ezaugarri**e**k gure arazoari konponbidea ematen dioten frogatu behar dugu. Ez zaitez fidatu soilik publizitatea**k** dioenarekin:

- Publizitateak esandakoa exijitu.
- Publizitatearen inguruan gaitasun kritikoa eduki.
- Merkatuko beste produktu batzuekin alderatu.

Euskaldunen Egunkaria / 2002-11-10